

PELATIHAN MANAJEMEN PENGEMBANGAN DIRI WARGA BELAJAR PKBM BIMASDA

Gunartin^{1*}, Iis Noviyanti², Nurmin Arianto³
Dosen Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan¹, Fakultas Ekonomi^{2,3},
Universitas Pamulang
Email* : atin_gunartin@yahoo.com

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan potensi lokal untuk peningkatan ekonomi keluarga warga belajar PKBM Bimasda melalui pelatihan yang dilaksanakan oleh Dosen dan Mahasiswa Universitas Pamulang.

Teknik pendekatan dilakukan dengan metode pelatihan dan simulasi secara oral dan menggunakan perangkat komputer.

Hasil kegiatan dapat meningkatkan kemampuan peserta untuk mengidentifikasi, memanfaatkan potensi lokal yang ada untuk pengembangan diri yang akan meningkatkan perekonomian keluarga di masa yang akan datang.

Kata Kunci : Potensi Lokal, Pengembangan Diri

PENDAHULUAN

Pendidikan juga merupakan kebutuhan dasar (basic need) dalam kehidupan manusia. Kebutuhan dasar ini sejatinya harus terpenuhi dalam rangka membebaskan manusia dari berbagai persoalan hidup yang melingkupinya, karena hakekatnya pendidikan adalah salah satu instrumen yang paling efektif untuk membebaskan manusia dari segala bentuk penindasan, kebodohan, kemiskinan dan ketertinggalan.

Tentu saja, merealisasikan fungsi pendidikan itu sendiri harus dilakukan melalui upaya peningkatan kualitas pendidikan yang terintegrasi dengan proses peningkatan kualitas sumber daya manusia itu sendiri. Menyadari pentingnya proses peningkatan kualitas sumber daya manusia, maka pemerintah bersama masyarakat telah dan terus berupaya mewujudkan amanat tersebut melalui berbagai usaha pembangunan pendidikan yang lebih berkualitas antara lain melalui pengembangan perbaikan mutu pendidikan dan pemerataan pendidikan.

PKBM Bimasda melibatkan banyak komponen masyarakat untuk menjadi penguat organisasi, sebagai pengajar dan juga sukarelawan. PKBM Bimasda bersama masyarakat ingin mewujudkan pendidikan nonformal gratis yang dapat merangkul masyarakat menengah ke bawah yang tidak mendapat akses pendidikan

formal atas berbagai alasan atau pun anak putus sekolah karena kesempitan ekonomi.

PKBM Bimasda digagas dalam rangka menyiapkan peserta didik berkualitas melalui pendidikan Anak usia dini, pendidikan kesetaraan, pendidikan keaksaraan dan berkelanjutan yang dilaksanakan secara efektif dengan mengkedepankan kualitas pembelajaran yang sistematis dan terpadu.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini menuntut sumber daya manusia mempunyai kemampuan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi serta kecakapan hidup dalam pelatihan ini diharapkan warga belajar dapat meningkatkan kecakapan hidup sesuai dengan potensi yang dimilikinya. Untuk mewujudkan hal tersebut, maka kami melakukan Pengabdian kepada masyarakat khususnya warga belajar PKBM Bimasda dengan melaksanakan beberapa program pelatihan dan pengembangan diri yang dipandang sesuai dan bermanfaat bagi masyarakat di daerah tersebut. Mayoritas warga belajar PKBM Bimasda adalah masyarakat yang sudah bekerja dan memiliki usaha, sehingga untuk mereka yang sudah memiliki usaha di beri pelatihan dan pengarahan agar usaha nya dapat berjalan dengan baik salah satu nya adalah dengan pengarahan berkaitan dengan komunikasi dan teknik atau strategi pemasarannya, sedangkan bagi warga belajar PKBM Bimasda di motivasi untuk membuka usaha dengan menjelaskan tentang business plan. Maka dari itu setiap jenis usaha baik yang sudah ada atau belum perlu di jalankan dengan baik dan menawarkan produk yang di jual dengan baik hingga terjadi nya permintaan, maka dari itu untuk mengkomunikasikan produk yang akan ditawarkan diperlukan suatu strategi agar komunikasi anatar penjual dan pembeli dapat terjalin dengan baik, banyak orang yang salah kaprah dimana mereka percaya bahwa kegiatan komunikasi tidak lebih dari sekedar penyebaran kata dan ilustrasi. Karena proses komunikasi merupakan sebuah kegiatan yang bersifat kompleks. Interaksi komunikasi dengan seseorang harus memperhatikan bagaimana karakteristik dari seseorang yang kita ajak bicara tersebut seperti frame of reference, pendidikan, sifat dan sebagainya (Rangkuti 2004:48). Didalam menyusun komunikasi pemasaran perlu mempertimbangkan dan memperhitungkan faktor-faktor pendukung maupun penghambat dalam tiap-tiap komponen komunikasi agar proses pemasaran produk yang dijual dapat berjalan dengan baik. Para warga belajar PKBM Bimasda mayoritas adalah orang yang sudah bekerja dan memiliki usaha diantara nya adalah usaha menjual baju dan bengkel serta counter handphone dan pekerja sebagai marketing.

Kendala yang dihadapi oleh warga belajar PKBM Bimasda adalah kesulitan untuk melakukan komunikasi baik kepada pembeli ataupun orang lain untuk menawarkan produk yang di jualnya. Selain komunikasi yang baik maka diperlukan teknik pemasaran yang baik. Berhasil tidaknya seseorang didalam memasarkan produk yang dihasilkan baik itu barang maupun jasa sangat dibutuhkan teknik pemasaran yang baik dan tepat, sebab teknik dalam memasarkan sebuah produk merupakan ujung tombak bagi perusahaan atau wirausahawan dalam mencapai tujuannya. Teknik pemasaran sama saja dengan strategi pemasaran dimana setiap warga belajar PKBM Bimasda yang memiliki usaha pasti mempunyai tujuan agar

usaha yang dimiliki nya dapat tetap hidup dan berkembang dimana tujuan tersebut dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan tau laba terhadap usahanya. Tujuan ini dapat dicapai apabila kita dapat melakukan strategi yang baik untuk menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran karena strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah, Sofjan Assuari (2013;15).

Sasaran kegiatan Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah dengan mengajak warga belajar PKBM Bimasda dan mahasiswa Universitas Pamulang untuk mengikuti **“Pelatihan Manajemen Pengembangan Diri Warga Belajar PKBM Bimasda”**

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : Bagaimana tingkat penguasaan manajemen pengembangan diri (Life Skill) dapat di terapkan bagi warga belajar PKBM Bimasda melalui pelatihan yang dilaksanakan oleh Dosen dan Mahasiswa Universitas Pamulang ?

TUJUAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah : Untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan potensi lokal untuk peningkatan ekonomi keluarga warga belajar PKBM Bimasda melalui pelatihan yang dilaksanakan oleh Dosen dan Mahasiswa Universitas Pamulang.

KEGIATAN

Sasaran dari program Pengabdian Masyarakat yang akan kami lakukan ini adalah warga belajar PKBM Bimasda, program paket A, program paket B, program paket C, dan Program Keaksaraan.

Adapun pelaksanaan dari kegiatan adalah sebagai berikut:

Hari	: Minggu
Tanggal/Bulan	: 24 Desember 2017
Waktu	: Pukul 09.00 - 16.00 WIB
Tempat	: PKBM Bimasda. Jln. Raya Puspipetek, RT.005. RW.03. Kota Tangerang selatan. Banten 15314

APLIKASI

Mengawali uraian definisi atau pengertian manajemen sumber daya manusia menurut para ahli, patut dipahami bahwa faktor manusia sangat diperlukan dalam suatu organisasi sehingga muncul suatu ilmu manajemen yang mempelajari permasalahan ketenagakerjaan atau kepegawaian yang disebut dengan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM).

Manajemen sumber daya manusia (*human resources management*) adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa, dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok pekerja (Simamora, 2006 :3).

Manajemen sumber daya manusia didefinisikan sebagai suatu perencanaan pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi, Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Mangkunegara, 2015:2)

Manajemen sumber daya manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai titik tujuan-tujuan individu maupun organisasi (Handoko, 2012:4)

Dari definisi atau pengertian manajemen sumber daya manusia menurut para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia merupakan bagian dari manajemen keorganisasian yang menekankan pada unsur SDM dan sudah menjadi tugas manajemen sumber daya manusia untuk mengelola unsur manusia secara baik agar diperoleh tenaga kerja yang tepat sesuai pekerjaannya, sehingga mampu bekerja optimal demi tercapainya tujuan perusahaan atau organisasi.

Potensi diri merupakan kemampuan, kekuatan, baik yang belum terwujud maupun yang telah terwujud, yang dimiliki seseorang, tetapi belum sepenuhnya terlihat atau dipergunakan secara maksimal oleh seseorang.

Sementara sebagaimana dijelaskan dalam Kurikulum 2004, kecakapan hidup adalah "Kecakapan yang dimiliki seseorang untuk mampu memecahkan permasalahan hidup secara wajar dan menjalani kehidupan secara bermartabat tanpa merasa tertekan, kemudian secara proaktif mencari serta menemukan solusi, sehingga akhirnya mampu mengatasinya".

Berdasarkan pengertian di atas, kecakapan hidup (*life skills*) merupakan kecakapan untuk memecahkan masalah secara inovatif dengan menggunakan fakta, konsep, prinsip atau prosedur yang telah dipelajari. Pemecahan masalah tersebut dapat berupa proses maupun produk yang bermanfaat untuk mempertahankan, meningkatkan, atau memperbaharui hidup dan kehidupan siswa.

Kecakapan hidup tersebut diharapkan dapat dicapai melalui berbagai pengalaman belajar siswa. Dari berbagai pengalaman mempelajari berbagai mata pelajaran, diharapkan siswa memperoleh hasil sampingan yang positif berupa upaya memanfaatkan pengetahuan, konsep, prinsip dan prosedur untuk memecahkan masalah baru dalam bentuk kecakapan hidup. Di samping itu, kecakapan hidup tersebut hendaknya diupayakan pencapaiannya dengan mengintegrasikannya pada topik dan pengalaman belajar yang relevan (Depdiknas, 2003).

Dengan demikian, *life skills* memiliki makna yang lebih luas dari kecakapan kerja tertentu (vocational skills). *Life skills* lebih tepat diartikan sebagai kecakapan hidup. Pengertian kecakapan hidup di sini, tidak semata-mata berarti memiliki kemampuan tertentu saja, namun ia harus memiliki kompetensi dasar pendukungnya, seperti membaca, menulis, menghitung, merumuskan dan memecahkan masalah, mengelola sumber daya, bekerja dalam tim atau kelompok, terus belajar di tempat bekerja, mempergunakan teknologi, dan lain sebagainya.

Life skills (kecakapan hidup) menunjuk pada berbagai ragam kemampuan seseorang untuk menempuh kehidupan dengan sukses, bahagia dan secara bermartabat di dalam masyarakat. *Life skills* merupakan kemampuan sepanjang hayat, kepemilikan kemampuan berpikir yang kompleks, kemampuan komunikasi secara efektif, kemampuan membangun kerjasama, melaksanakan peranan sebagai warga negara yang bertanggungjawab, memiliki kesiapan serta kecakapan untuk bekerja, memiliki karakter dan etika untuk terjun ke dunia kerja (Depdiknas, 2003).

Berdasarkan pengertian *life skills* sebagaimana diuraikan di atas, pendidikan kecakapan hidup dapat difahami sebagai usaha untuk membantu dan membimbing aktualisasi potensi peserta didik untuk mencapai sejumlah kompetensi, baik berupa pengetahuan, keterampilan, sikap dan nilai yang mengarah pada permasalahan hidup, menjalani kehidupan secara mandiri dan bermartabat, serta proaktif dalam mengatasi masalah.

Pendidikan kecakapan hidup menurut Tim BBE Depdiknas (2002) pendidikan kecakapan hidup (*Life Skills Education*) merupakan proses pendidikan yang mengarah pada pembekalan kecakapan seseorang, untuk mampu dan berani menghadapi problema hidup dan kehidupan secara wajar, tanpa merasa tertekan, kemudian secara proaktif dan kreatif mencari solusinya, sehingga akhirnya mampu mengatasi problema tersebut.

Penjelasan pasal 26 ayat 3 UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyebutkan bahwa pendidikan kecakapan hidup (*life skills education*) adalah "Pendidikan yang memberikan kecakapan personal, sosial, intelektual dan kecakapan vokasional untuk bekerja atau usaha mandiri".

Globalisasi telah mendorong beberapa perusahaan untuk memasarkan di luar negara asal mereka. Pemasaran internasional merupakan bagian dari strategi pemasaran perusahaan-perusahaan tersebut. Manajer pemasaran sering bertanggung jawab untuk mempengaruhi tingkat, waktu, dan komposisi permintaan pelanggan. Hal itu berlaku tidak pada semua kasus karena peran seorang manajer pemasaran dapat bervariasi sangat signifikan berdasarkan ukuran bisnis, budaya organisasi, dan konteks industri. Sebagai contoh, dalam sebuah perusahaan produk konsumen besar, manajer pemasaran dapat bertindak sebagai manajer umum dari keseluruhan produk yang menjadi tugasnya. Untuk menciptakan strategi manajemen pemasaran yang efektif dan efisien, perusahaan harus memiliki pemahaman mendetail dan objektif mengenai bisnis mereka sendiri dan pasar tempat mereka beroperasi. Dalam menganalisis permasalahan-permasalahan ini, bidang manajemen pemasaran sering tumpang-tindih bidang.

A. Pos Pelayanan Teknologi (Posyantek)

Posyantek adalah Pos Pelayanan Teknologi yang tersebar di setiap kecamatan di Indonesia. Hal utama dari Posyantek adalah bagaimana meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat di wilayah kecamatan melalui pemanfaatan teknologi tepat guna (TTG). (Keterangan lebih lanjut mengenai PERMENDAGRI mengenai Posyantek di lampiran)

B. Pengelolaan Keuangan Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga

Pengelolaan Ekonomi Rumah Tangga adalah tindakan untuk merencanakan, melaksanakan, memonitor, mengevaluasi dan mengendalikan perolehan dan penggunaan sumber-sumber ekonomi keluarga khususnya keuangan agar tercapai tingkat pemenuhan kebutuhan seluruh anggota keluarga secara optimum dan memastikan adanya stabilitas dan pertumbuhan ekonomi keluarga. Manfaat Pengelolaan Ekonomi Rumah Tangga yang dilakukan dengan baik adalah sebagai berikut :

1. Kebutuhan ekonomi seluruh anggota keluarga dapat terpenuhi secara optimal.
2. Menjaga stabilitas kehidupan ekonomi keluarga.
3. Pertumbuhan ekonomi keluarga.

Prinsip Pengelolaan Ekonomi Rumah Tangga adalah upaya untuk selalu meningkatkan pendapatan dan melakukan pengendalian pengeluaran dalam memenuhi kebutuhan anggota keluarga agar terdapat surplus (kelebihan) secara kontinyu yang diakumulasikan menjadi kekayaan semakin besar. Sikap Dasar Yang Diperlukan Dalam Pengelolaan Ekonomi Rumah Tangga :

- a. Kesadaran dan motivasi yang kuat dari semua anggota keluarga untuk mencapai pertumbuhan dan kehidupan ekonomi yang baik.
- b. Menggerakkan seluruh kemampuan dan potensi ekonomi keluarga guna mencapai tingkat pendapatan yang lebih tinggi.
- c. Adanya keterbukaan, kejujuran, disiplin serta kerja sama semua anggota keluarga.
- d. Adanya pengendalian berupa perencanaan ekonomi rumah tangga dan pengendalian pelaksanaannya sehari-hari secara taat dan disiplin.
- e. Adanya susunan prioritas kebutuhan dan alokasi sumber ekonomi keluarga yang didasarkan atas tingkat kemendesakan kebutuhan dan bukan sekedar keinginan.

C. E-Commerce di Era Digital

Memasuki era industri digital, perusahaan-perusahaan ritel sudah semakin menjamur dengan merambah bisnis berbasis daring (*online*). Masyarakat mulai menyukai kemudahan berbelanja dengan layanan *online*. Transaksi jual beli tidak memerlukan lagi tatap muka, namun bisa dilakukan dengan bisnis via internet atau biasa disebut *e-commerce*

Platform e-commerce adalah solusi teknologi perangkat lunak atau *software* untuk membangun *storefronts*. *Storefronts* merupakan skema bisnis yang berkaitan

dengan penjualan produk atau layanan. Hal tersebut bisa menjadi salah satu solusi bagi yang ingin memulai dan mempertahankan bisnis toko *online*.

Masyarakat Indonesia adalah pengguna aktif internet terbanyak keempat di dunia. Namun masih sedikit sekali yang memanfaatkan fasilitas media digital dengan baik. Untuk meningkatkan perataan konsumen *e-commerce* yang masih didominasi oleh cara konvensional seperti melalui layanan pesan singkat BBM, Line, Whatsapp, dan sebagainya diperlukan peran dari berbagai pihak guna mendukung pertumbuhan ekonomi digital.

Salah satu contoh lain adalah kebiasaan menyimpan uang di rumah. Seperti yang dijelaskan pekku.com, industri *e-commerce* sangat berhubungan erat dengan ekonomi digital serta layanan perbankan lain yang biasanya diakses dengan menggunakan internet untuk memudahkan proses jual-beli.

Perusahaan *start up* terutama yang berbasis jasa finansial atau *fintech* (*financial technology*) merupakan salah satu ranah yang berkembang pesat di Indonesia menanggapi masalah finansial masyarakat yang cukup kompleks. Layanan yang menawarkan jasa, mulai dari pinjaman konsumen, pinjaman bisnis, jasa keuangan pribadi, jasa pembayaran konsumen, solusi pembayaran untuk *e-commerce*, jasa penelitian data dan keuangan, jasa remitansi, *crowdfunding*, jasa keamanan transaksi keuangan, jasa infrastruktur perbankan, jasa investasi institusional, dan lain-lain. Namun kurang didukung oleh pemahaman masyarakat dalam penggunaan internet.

Salah satu *fintech* yang menjadi solusi bagi keuangan dengan menawarkan solusi cicilan bagi masyarakat adalah SyarQ. Hingga saat ini SyarQ.com adalah *e-commerce* yang dapat menjadi pilihan untuk membantu menyediakan kebutuhan masyarakat berbasis syariah, tanpa riba dan tanpa kartu kredit.

Menggiring masyarakat dari cara konvensional menuju layanan yang lebih modern atau *e-commerce* adalah tugas pelaku bisnis untuk membangun strategi pasar dan mengedukasi kemudahan teknologi dalam dunia perdagangan kepada masyarakat. Sudah waktunya masyarakat '*melek*' teknologi untuk mendukung kerja bisnis perekonomian Indonesia dengan membuat dan memilih *platform e-commerce* terbaik yang dibutuhkan.

D. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga

Hampir setiap orang menggunakan media sosial di saat ini. Banyak orang mengira platform media sosial seperti Twitter, Facebook, dan Instagram hanya sebagai saluran untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga. Tapi sebenarnya fungsi media sosial telah menjadi semakin luas untuk semua jenis bisnis.

Sebelum membahas tentang cara menggunakan media sosial untuk bisnis. Ada baiknya kita ketahui bagaimana media sosial bisa memberi manfaat pada bisnis, berikut beberapa poinnya

Media sosial menghasilkan jumlah data yang tidak sedikit tentang pelanggan Anda. Tiap hari ada lebih dari 500 juta Tweet, 4,5 milyar like di Facebook, dan 95 juta foto serta video diupload di Instagram. Di balik angka besar

ini adalah kekayaan informasi tentang pelanggan Anda; siapa mereka, apa yang mereka suka, dan bagaimana pendapat mereka tentang brand Anda.

Melalui pendekatan yang aktif dan mendengarkan apa yang terjadi di media sosial, Anda bisa mengumpulkan data pelanggan yang relevan dan menggunakan informasi tersebut untuk membuat keputusan bisnis yang cerdas. Misalnya, dengan mengumpulkan informasi dari semua jaringan sosial saat real time, Anda bisa menemukan percakapan yang terjadi seputar brand Anda dan membuat laporan real time. Baca artikel kami tentang engage customer di media sosial.

Iklan di media sosial tidak memakan biaya yang mahal dan menjadi cara untuk mempromosikan bisnis serta mendistribusikan konten Anda. Iklan ini juga menawarkan pilihan penargetan yang kuat sehingga Anda bisa mencapai audiens yang tepat. Misalnya, bila Anda menjalankan kampanye iklan di LinkedIn, Anda bisa menciptakan segmen seperti lokasi, gender, dan usia. Bila menjalankan iklan Facebook, Anda bisa menargetkannya berdasarkan lokasi, demografi, minat, perilaku, dan koneksi. Anda juga bisa melacak dan mengukur performa iklan media sosial dalam real time.

Media sosial meningkatkan penjualan dan retensi pelanggan melalui interaksi reguler dan layanan pelanggan berdasarkan waktu. Sebuah penelitian di tahun 2015 menyebut, perusahaan kelas dunia menilai media sosial sebagai cara paling efektif untuk mengidentifikasi pembuat keputusan kunci dan kesempatan bisnis baru. Hampir 75 persen perusahaan yang terkait dengan penjualan di media sosial melaporkan peningkatan penjualan dalam 12 bulan, menurut data tahun 2015.

Bahkan ketika Anda tidak menggunakan media sosial, kebanyakan pelanggan Anda berharap sebaliknya. Lebih dari 67 persen konsumen saat ini pergi ke media sosial untuk mendapat layanan pelanggan. Mereka berharap memperoleh respon cepat, dukungan layanan 24 jam, dan perusahaan yang bisa memberikan solusi. Sebuah penelitian menunjukkan kalau perusahaan yang berkaitan dengan layanan pelanggan di media sosial mengalami perolehan keuangan tahunan lebih besar 7,5 persen dibanding yang tidak (2,9 persen).

Satu manfaat terbesar dari media sosial untuk bisnis adalah menggunakannya untuk meningkatkan traffic website. Media sosial tidak hanya membantu Anda mengarahkan orang ke website Anda, tapi semakin banyak share di media sosial yang Anda terima, semakin tinggi peringkat pencariannya. Misalnya, bila tiap orang yang follow Anda lalu melakukan retweet postingan, ada kemungkinan lebih besar untuk masuk peringkat lebih tinggi di hasil pencarian Google. Baca lebih lanjut tentang rahasia keyword masuk peringkat di Google.

Media sosial bukan semata tentang meningkatkan penjualan perusahaan di media sosial, tapi media sosial menjadi saluran dua arah dimana Anda memiliki kesempatan untuk memperkaya hubungan dengan pelanggan. Misalnya, media sosial memungkinkan brand pariwisata menciptakan dialog dengan traveller, karenanya tercipta relasi dengan pelanggan sebelum, selama, dan setelah mereka memesan akomodasi perjalanan dengan perusahaan tersebut. Dialog media sosial semacam ini antara brand dan pelanggan jadi sesuatu yang tidak bisa diperoleh dari iklan tradisional. Cari tahu kenapa banyak startup yang gagal.

Media sosial memiliki banyak manfaat untuk membangun bisnis Anda. Dengan menggunakannya untuk mempelajari lebih banyak tentang pelanggan, mendekati audiens, dan melebarkan jangkauan brand, Anda akan mencapai konversi sebelum menyadarinya.

PENUTUP

Harapan kami dengan pengabdian ini dapat membuka wawasan dari warga belajar PKBM Bimasda yang kami berikan pelatihan dan praktek dalam bidang manajemen khususnya peningkatan potensi diri dan peningkatan *life skill* sekaligus bahan kajian dan masukan bagi masyarakat tersebut untuk dapat mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dapat membantu dan meningkatkan tingkat kehidupan dan kesejahteraan mereka pada masa yang akan datang.

DAFTAR REFERENSI

- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta
- Freddy Rangkuti, (2004). *"The Power Of Brands"*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Handoko. (2012). *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*. BPFE. Jogjakarta.
- Hasibuan. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2004). *"Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol"*. Edisi Sebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Penerbit PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Mangkunegara. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia..* Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Simamora. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Wikipedia. (2017). *Pengertian Manajemen Pemasaran*. Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_pemasaran. Diakses Tanggal 17 November 2017.

DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN

